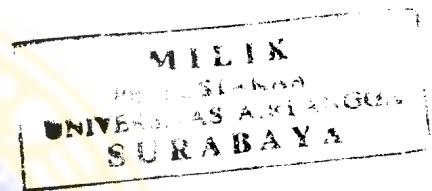


KK
Per 20.01
Mak
a

SKRIPSI

MUHAMMAD RIZKI, S.E.

**ARTI PENTING HAK MEREK TERDAFTAR
BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH
MENGHADAPI DIBERLAKUKANNYA
KETENTUAN TRIP's**



**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

**ARTI PENTING HAK MEREK TERDAFTAR
BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH
MENGHADAPI DIBERLAKUKANNYA
KETENTUAN TRIP's**

MILIK
PERPUSDAKAWAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS AKHIR
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA HUKUM**

Dosen Pembimbing,



Rahmi Jened, S.H., M.H.
NIP. 131 923 881

Penyusun,



Muhammad Rizki, S.E.
NIM. 039614303

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

BAB IV

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hak Merek mempunyai arti penting bagi UKM dalam menghadapi perdagangan global saat ini. Keberadaan hak merek diatur dalam ketentuan merek. Ketentuan merek pertama adalah Undang-Undang No. 21 Tahun 1961 yang menganut sistem *first to use system* atau dikenal dengan sistem deklaratif. Sistem tersebut tidak sesuai dengan pertumbuhan industri manufaktur dan jasa yang mulai berkembang pesat di tanah air. Kemudian diubah dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992. Dengan keikutsertaan Indonesia dalam WTO maka undang-undang merek yang telah ada disempurnakan dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 1997. Dalam UUM tersebut menentukan aturan mengenai prosedur pendaftaran merek dengan sistem konstitutif atau *first to file system* (prinsip pendaftar pertama yang mengajukan). Keberadaan sistem deklaratif pada UUM memberikan manfaat yang begitu besar bagi UKM dalam penggunaan hak merek. Manfaat dari sisi hukum yaitu memperoleh perlindungan hukum atas hak merek dengan jangka waktu 10 tahun dan dapat

diperpanjang kembali. Wujud dari perlindungan hukum tersebut adalah penolakan pendaftaran merek tanpa hak oleh Kantor Merek dan upaya-upaya hukum oleh UKM sebagai pemilik merek atas pelanggaran haknya. Sedangkan dari sisi ekonomi, dapat meningkatkan hasil produksi yang pada akhirnya juga meningkatkan pendapatan UKM. Manfaat lain dari sisi ekonomi adalah dapat bersaing di pasaran global serta dapat memberikan lisensi kepada pihak lain.

2. Banyak faktor yang menghambat pengajuan merek oleh UKM. Hal ini disebabkan oleh kondisi dari UKM sendiri maupun faktor dari luar UKM. Faktor kendala tersebut antara lain : kultur dan budaya masyarakat tentang pemahaman HAKI, kurangnya kemampuan dalam membangun merek, kesadaran UKM tentang hak merek masih kurang, kendala pendaftaran, kendala biaya yang dikeluarkan pada saat melakukan pendaftaran merek, lemahnya penegakan hukum atas pelanggaran merek, serta kekhawatiran UKM atas pendaftaran merek. Selain itu adanya kecurigaan UKM atas perbuatan yang tidak terpuji oknum pejabat yang menjiplak hasil kreasi mereka serta adanya penyelewengan dana bantuan bagi UKM. Atas timbulnya kendala-kendala tersebut telah dilakukan upaya antisipasi oleh instansi yang terkait antara lain

Departemen Kehakiman dan HAM, Departemen Industri dan Perdagangan, Departemen Koperasi dan UKM, Lembaga Perguruan Tinggi, serta LSM yang bergerak dalam bidang pembinaan UKM. Dengan adanya antisipasi tersebut diharapkan upaya untuk menyadarkan UKM dalam mendaftarkan mereknya dapat berjalan dengan baik.

Saran

1. Keberadaan UKM bagi perekonomian Indonesia saat ini sangat penting untuk mendongkrak perekonomian terutama setelah menghadapi krisis ekonomi. Namun perkembangan UKM tersebut tidak diiringi dengan kesadaran untuk mendaftarkan merek yang dimilikinya. Dalam hal ini supaya kesadaran UKM dapat meningkat, maka penulis menyarankan adanya sosialisasi merek dengan metode "jemput bola", yaitu metode pendekatan langsung kepada masyarakat terutama kepada tokoh masyarakat serta alim ulama, sehingga diharapkan sosialisasi yang dilakukan dapat mudah diterima serta dilaksanakan oleh masyarakat.
2. Penulis melihat dalam sosialisasi merek, masih kurang adanya kerjasama antara instansi Kehakiman dan HAM, Deperindag, Dep. Koperasi dan UKM, serta Lembaga Perguruan tinggi. Disisi

yang sudah menjadi rahasia umum untuk penanganan HAKI terutama pada UKM penuh dengan “kucuran dana”. Dengan adanya sikap instansi yang cenderung untuk bergerak sendiri-sendiri, dampaknya sosialisasi yang dilakukan masih kurang mengenai sasaran yang diharapkan. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama serta keseragaman gerak antar instansi-instansi tersebut dalam melakukan sosialisasi merek, sehingga diharapkan sosialisasi merek yang dilakukan dapat berhasil dengan baik.

3. Perlunya penegakan hukum yang tegas dari aparat penegak hukum (polisi, jaksa, dan hakim) dalam menangani kasus-kasus pelanggaran merek. Hal ini diharapkan dapat mendorong kesadaran UKM untuk mendaftarkan merek-mereknya.

